

RAMADHAN DALAM BINGKAI RELIGIUS DI TELEVISI

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Ramadhan Dalam Bingkai

Religius Menjelang Berbuka Puasa di RCTI

Ditinjau Dari Fungsi Media)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

**YURISTANTI
NPM. 0743010121**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2010

Judul Penelitian : **RAMADHAN DALAM BINGKAI RELIGIUS DI TELEVISI**
(Studi Deskriptif Tentang Ramadhan dalam Bingkai Religius
Menjelang Berbuka Puasa di RCTI Ditinjau Dari Fungsi Media)

Nama Mahasiswa : Yuristanti

NPM : 0743010121

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Telah Diuji dan Diseminarkan pada tanggal 27 Januari 2011

Menyetujui,

PEMBIMBING

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195805801 198402 1001

TIM PENGUJI :

1. Ketua

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 3 6704 95 0036 1

2. Sekretaris

Ir. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581 2251 9900 11001

3. Anggota

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195805801 198402 1001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

RAMADHAN DALAM BINGKAI RELIGIUS DI TELEVISI

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Ramadhan dalam Bingkai Religius

Menjelang Berbuka Puasa di RCTI)

Disusun Oleh :

Yuristanti
0743010121

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 1958058011984021001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

RAMADHAN DALAM BINGKAI RELIGIUS DI TELEVISI
(Studi Deskriptif Tentang Ramadhan Dalam Bingkai Religius di RCTI
Ditinjau Dari Fungsi Media)

Oleh :
YURISTANTI
NPM. 0743010121

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal : 27 Januari 2011

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI :

1. Ketua

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 195805801 198402 1001

Juwito, S.Sos, M.Si
NPT. 3 67049500361

2. Sekretaris

Ir. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581 2251 9900 11001

3. Anggota

Drs. Kusnarto, M.Si
NIP. 19580801 198402 1001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550718 198302 2001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Wa Syukurillah. Puji syukur atas mukjizat dan keajaiban Tuhan semesta alam, Allah SWT. yang telah memberikan karunia yang tak terbatas kepada penulis. Serta kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW. yang menjadi suri tauladan, serta salah satu sumber inspirasi penulis.

Dengan berbekal usaha keras dan do'a yang senantiasa terpanjat setiap waktu, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“RAMADHAN DALAM BINGKAI RELIGIUS DI TELEVISI”** dengan baik dan tepat waktu sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Penyusunan Skripsi yang berjudul **“RAMADHAN DALAM BINGKAI RELIGIUS DI TELEVISI”** ini merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Juwito, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Wali penulis yang senantiasa memberikan kebijaksanaan serta saran yang membangun bagi penulis.

3. Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si selaku Sekreteraris Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Drs. Kusnarto, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis dengan ketelatenan serta kesabaran yang luar biasa, sehingga penulis merasa nyaman dan termotivasi untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Devi Dwi Arona, S.Kom, pendamping hidup penulis yang selalu sabar mendampingi, melimpahkan kasih sayang, serta memotivasi penulis untuk terus maju dan berjuang demi masa depan yang lebih cerah. *Thank and Love You.*
6. Aqueena Valerie Mozarona, buah hati penulis yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi penulis, sehingga dapat bertahan dan terus berjuang untuk menuju keberhasilan. *Never changes with anything.*
7. Poedjo Supriyono dan Yelia Kristanti selaku orang tua penulis, serta Dita Ristanti sebagai adik penulis yang senantiasa memotivasi dan turut mendo'akan penulis. *You are the best family for me.*
8. Santy Eka Widyastuty dan Ratih Dwi Kusumaningtyas sebagai sahabat yang selalu setia memberikan dukungan dan semangat pada penulis. *I always Miss You, because you gave me sweet memories in my life.*
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya yang tak bisa penulis sebutkan satu per satu, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Sebagai manusia biasa, tentunya penulis menyadari bahwa dalam Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga masih banyak kekurangan di

dalamnya. Untuk itu, penulis mohon maaf bila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam penulisan Skripsi ini. Maka, penulis berharap saran dan kritik yang dapat menjadi masukan dan bersifat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini.

Surabaya, Desember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Secara Teoritis	12
1.4.2 Secara Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Kegunaan dan Kepuasan	14
2.1.2 Teori Kultivasi	16

2.2	Televisi sebagai Media Massa	19
2.2.1	Komunikasi Massa.....	21
2.2.2	Televisi.....	25
2.2.3	Televisi Nasional.....	33
2.2.3	Lembaga yang berkaitan dengan Televisi.....	34
2.3	Puasa Ramadhan	38
2.2.1	Pengertian Puasa.....	38
2.2.2	Pengertian Ramadhan.....	47
2.4	Definisi Spesifikasi pada Tabel Pembacaan Program Acara	50
2.5	Kerangka Berfikir	57
BAB III	METODE PENELITIAN	60
3.1	Pendekatan Penelitian	60
3.2	Definisi Operasional	61
3.3	Subyek dan Informan Penelitian	62
3.4	Unit Analisis Data	63
3.5	Populasi dan Korpus	64
3.6	Teknik Pengumpulan Data	66
3.7	Teknik Analisis Data	68
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	70
4.1.1	Profil RCTI	70
4.1.2	Jadwal Acara RCTI tanggal 19 – 25 Juli 2010	71

4.1.3 Jadwal Acara RCTI tanggal 2 – 29 Agustus 2010 ...	71
4.1.4 Program Acara Menjelang Berbuka.....	71
4.1.4.1 Seputar Indonesia	72
4.1.4.2 Mister Olga	72
4.1.4.3 Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan .	73
4.1.4.4 Qultum Quraish Shihab	73
4.1.4.5 Iklan	73
4. 2 Hasil dan Pembahasan	74
4.2.1 Analisis Program Acara Menjelang Berbuka.....	74
4.2.1.1 Seputar Indonesia	74
4.2.1.2 Mister Olga	77
4.2.1.3 Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan .	79
4.2.1.4 Qultum Quraish Shihab	82
4.2.1.5 Iklan	83
4. 3 Program Acara RCTI Saat Ramadhan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Uses and Gratification Theory</i>	16
Gambar 2. Bagan Kerangka Berpikir	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Rubrik Opini (Harian Jawa Pos) Edisi Rabu, 11 Agustus 2010	93
Lampiran 2. Hasil Thesis “Ramadhan dalam Bingkai Religius di Televisi”	94
Lampiran 3. Sinopsis Seputar Indonesia – RCTI	95
Lampiran 4. Sinopsis Mister Olga – RCTI	96
Lampiran 5. Sinopsis Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan – RCTI	97
Lampiran 6. Sinopsis Qultum Quraish Shihab – RCTI	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Acara RCTI periode (19 – 25 Juli 2010)	71
Tabel 2. Jadwal Acara RCTI periode (2 – 29 Agustus 2010)	71
Tabel 3. Kategorisasi Seputar Indonesia	74
Tabel 4. Kategorisasi Mister Olga	77
Tabel 5. Kategorisasi Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan	79
Tabel 6. Kategorisasi Qultum Quraish Shihab	82
Tabel 7. Kategorisasi Iklan	83
Tabel 8. Klasifikasi Fungsi Media Televisi pada Program Acara Menjelang Berbuka Puasa di RCTI	86
Tabel 9. Hasil Pembacaan Program Acara Menjelang Berbuka Puasa di RCTI secara keseluruhan	89

ABSTRACTION

YURISTANTI. RAMADHAN OF RELIGION FRAME ON TELEVISION
(Deskriptive Kualitative Study About Ramadhan of Religion Frame Awaiting Opening of Fasting in RCTI was Peared from Media Function).

The examination basicly carry of program awaiting opening of fasting is purpose to know how Ramadhan of religion frame was from media function. The examination is also to see of Remadhan problem of religion frame in RCTI, especially of program performance awaiting opening of fasting. There four basic function of television is gives information, to educate, to console and to persuasion being sure where function is appear from severally of RCTI program, this is Seputar Indonesia, Mister Olga, Ketika Cinta Bertasbih Special Ramadhan and Qultum Quraish Shihab. Theory being use is Uses and gratifications Theory by Katz, Blumler and Gurevicth, also The Kultivation Theory by George Gerbner.

The examination use subyective kualitative analisys and generally. Also use phenomenology examination as examination method. The function of phenomenology examination to express about the truth of something with express phenomena or indication is appearing by the examination object. The notes has been able by observation of Ramadhan program is analyzed with using program read table basically seven category, that is program packed, the way of send message, language, performance by clothe, primer communicator, Ramadhan unsure and time or duration. Population of the examination is RCTI program, exactly the sample is four RCTI primer program. This is Seputar Indonesia, Mister Olga, Ketika Cinta Bertasih Special Ramadhan and Qultum Quraish Shihab.

After analyzed, from all program, Seputar Indonesia, Mister Olga, Ketika Cinta Bertasbih Special Ramadhan and Qultum Quraish Shihab in RCTI, see that there two program has Ramadhan unsure is religion, there is Ketika Cinta Bertasbih Special Ramadhan and Qultum Quraish Shihab. Exactly three program the other is less program with Ramadhan usure is religion and many appear console and information unsure. There is Seputar Indonesia, Mister Olga and advertising. So, could be say that the program is appear awaiting opening fasting less many apeeear religion unsure.

Key Word: Ramadhan, Religion, RCTI, Seputar Indonesia, Mister Olga, Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan and Qultum Quraish Shihab.

ABSTRAKSI

YURISTANTI. RAMADHAN DALAM BINGKAI RELIGIUS DI TELEVISI
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Ramadhan Dalam Bingkai Religius Menjelang Berbuka Puasa di RCTI Ditinjau Dari Fungsi Media).

Penelitian yang didasarkan pada tayangan program acara menjelang berbuka puasa ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Ramadhan dalam bingkai religius ditinjau dari fungsi media televisi. Penelitian ini menaruh perhatian pada masalah Ramadhan dalam bingkai religius di RCTI, khususnya pada tampilan program acara menjelang berbuka puasa. Empat fungsi dasar televisi yang meliputi memberi informasi, mendidik, menghibur dan persuasi turut menentukan fungsi mana yang muncul dari masing-masing program acara yang ditayangkan di RCTI, yaitu *Seputar Indonesia*, *Mister Olga*, *Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan* dan *Qultum Quraish Shihab*. Teori yang digunakan adalah teori kegunaan dan kepuasan (*Uses and gratifications Theory*) yang dicetuskan oleh Katz, Blumler dan Gurevitch, serta teori kultivasi (*The Vultivation Theory*) yang dikemukakan oleh George Gerbner.

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang bersifat subyektif dan menyeluruh. Serta menggunakan pendekatan fenomenologis sebagai metode penelitiannya. Pendekatan fenomenologis berfungsi untuk mengungkap tentang kebenaran sesuatu dengan mengungkap fenomena atau gejala yang memancar dari obyek penelitian. Data yang diperoleh melalui pengamatan tayangan program acara selama Ramadhan dianalisis dengan menggunakan tabel pembacaan program acara berdasarkan tujuh kategori yang meliputi kemasan acara, cara penyampaian pesan, bahasa, busana, komunikator utama, unsur tema Ramadhan dan durasi atau waktu. Adapun populasi dari penelitian ini adalah program acara di stasiun televisi RCTI, sedangkan sampelnya terdiri dari empat program acara utama di RCTI, yaitu *Seputar Indonesia*, *Mister Olga*, *Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan* dan *Qultum Quraish Shihab*.

Setelah dianalisis, dari keseluruhan program acara, yaitu *Seputar Indonesia*, *Mega Sinetron Mister Olga*, *Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan*, *Qultum Quraish Shihab* dan iklan yang ditayangkan di RCTI, terlihat bahwa terdapat dua program acara yang mengandung kereligiusan Ramadhan adalah *Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan* dan *Qultum Quraish Shihab*. Sedangkan tiga program acara lainnya merupakan program acara yang kurang mengena dengan kereligiusan Ramadhan dan banyak menonjolkan unsur hiburan, serta informasinya. Ketiga program acara tersebut adalah *Seputar Indonesia*, *Mega Sinetron Mister Olga* dan iklan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tayangan yang ditampilkan menjelang berbuka puasa kurang menampilkan unsur religius dan lebih banyak memunculkan fungsi pendidikan dibandingkan dengan fungsi yang lain, yaitu informasi, hiburan dan persuasi.

Kata kunci : Ramadhan, Religius, RCTI, *Seputar Indonesia*, *Mister Olga*, *Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan* dan *Qultum Quraish Shihab*.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dari hari ke hari, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan teknologi tersebut juga diiringi dengan pesatnya informasi yang diberikan media massa kepada masyarakat, sehingga masyarakat yang tidak berada dalam wilayah atau tempat tinggal yang sama dapat dengan mudah mengetahui informasi atau tayangan yang sama dimanapun mereka berada (Rivers, 2003 : 27). Hal itu membuktikan bahwa media massa dapat menimbulkan keserempakan karena memiliki jaringan yang luas (Effendy, 2000 : 82).

Media massa merupakan sarana atau saluran yang digunakan sebagai penyampai pesan komunikasi massa yang meliputi surat kabar, siaran radio dan televisi yang ditujukan untuk umum (Effendy, 2000 : 79). Dan seiring dengan kemajuan zaman, media online juga termasuk di dalamnya.

Berdasarkan hasil riset Veronis Suhler yang menyatakan bahwa seseorang rata-rata menghabiskan 40 persen dari hari mereka dan 60 persen dari waktu bangun mereka bersama dengan media massa (Vivian, 2008 : 4-5). Sedangkan menurut Kun Sri yang telah melakukan pengamatan terhadap lamanya seseorang menghabiskan waktunya di depan televisi menyatakan bahwa sebagian besar masyarakat sebanyak 37 persen

meluangkan waktu sekitar 2-4 jam per hari. Berikutnya, sebanyak 22 persen masyarakat menghabiskan waktu 1-2 jam dan sebanyak 20 persen lainnya 4-6 jam di depan televisi. Dan sisanya kurang dari satu jam dan lebih dari enam jam. Tetapi menurut Hofman, seorang pengamat media mengemukakan bahwa masyarakat yang menonton televisi lebih dari empat jam sehari terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Budiasih, 2004 : 57-58).

Dan seringkali kegiatan itu dilakukan saat santai atau pada waktu utama (*prime time*) atau di waktu-waktu yang memungkinkan seseorang untuk menonton televisi, seperti waktu menjelang berbuka puasa, antara pukul lima sampai enam sore.

Televisi yang terdiri dari istilah “*tele*” yang berarti jauh dan “*visi*” atau *vision* yang berarti penglihatan, dapat dijelaskan sebagai media elektronik yang dapat menampilkan visual berupa gambar dengan mengambil intisari dari film yang dapat dijangkau secara luas oleh masyarakat (Effendy, 2000 : 174).

Televisi merupakan hasil produk teknologi tinggi (*hi-tech*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk audio visual gerak yang memiliki kekuatan tinggi untuk mempengaruhi mental, pola pikir dan tindak individu. Bahkan khalayak sarannya tidak lagi bersifat lokal, nasional dan regional, tetapi juga bersifat internasional dan global (Baksin, 2006 : 15-16).

Sebagai sebuah media, televisi mempunyai fungsi dasar yang dijadikan acuan untuk menampilkan tayangan di setiap program acaranya. Sejumlah peneliti mengklasifikasikan fungsi media televisi dalam empat kategori, yaitu *cognition* (pengetahuan), *diversion* (hiburan), *social utility* (kepentingan sosial) dan *withdrawal* (pelarian) (Ardianto, 2004 : 28). Sedangkan dalam bukunya, Onong Uchjana menyebutkan ada empat fungsi media televisi, yaitu sebagai media yang menyampaikan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi (Effendy, 2000 : 93-94).

Sebenarnya, berdasarkan penjelasan di atas, diketahui bahwa fungsi media televisi mengarahkan kepada para pengelolanya untuk mempersembahkan tayangan-tayangan yang berkualitas, sehingga tidak hanya untuk mengejar *rating* dan meraih keuntungan semata. Terlebih lagi pada saat menjelang berbuka puasa di bulan Ramadhan (Jawa Pos, Edisi Rabu, 11 Agustus 2010).

Tema religius pada program acara saat Ramadhan banyak bermunculan dan seakan-akan berlomba-lomba untuk menampilkan tayangan semenarik mungkin, tetapi ada kalanya tema tersebut seringkali tidak sesuai dengan pengertian yang sebenarnya. Jika diteliti lebih dalam, pengertian religius yang berasal dari kata religi adalah suatu keyakinan akan adanya kekuatan gaib yang suci yang menentukan jalan hidup dan mempengaruhi kehidupan manusia yang dihadapi secara hati-hati dan diikuti yang memiliki aturan serta norma-normanya dengan ketat agar tidak sampai menyimpang atau lepas dari kehendak jalan yang telah ditetapkan

oleh Tuhan Yang Maha Esa (diaz2000.multiply.com) Selasa 23 November 2010 pukul 19.25 WIB. Sehingga religius yang dimaksud dalam program acara di bulan Ramadhan mempunyai makna sebuah tayangan yang dapat memberikan pendidikan atau ajaran agama yang sesuai dengan aturan dan norma yang terkandung dalam bulan Ramadhan itu sendiri.

Bulan Ramadhan sebagaimana yang telah dinyatakan Rasulullah adalah bulan yang agung dan penuh berkah yang terkait erat dengan keutamaan amal dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya (Raya dan Mulia, 2003 : 224). Menurut para ulama, Ramadhan adalah bulan istimewa bagi umat Islam, sehingga sudah merupakan bagian dari budaya masyarakat dalam mendampingi ibadahnya, terutama ibadah puasa (Budiasih, 2004 : 142).

Keberadaan Ramadhan mampu mematahkan sebagian argumen para pengelola televisi tentang materi dan penampilan tayangannya. Argumen yang sebelumnya menyatakan bahwa produk-produk religi kurang dapat dijual, dipatahkan dengan hadirnya produk-produk religi berupa tayangan program acara bernuansa religius pada waktu tayang utama (*prime time*), seperti saat menjelang berbuka puasa yang memungkinkan berkumpulnya semua anggota keluarga (Budiasih, 2004 : 152).

Peneliti memfokuskan pada program acara menjelang berbuka puasa selama Ramadhan dengan alasan dan pertimbangan tersendiri.

Pertama, menjelang berbuka di bulan Ramadhan termasuk dalam waktu tayang utama atau *prime time*. *Kedua*, menjelang berbuka puasa seringkali menjadi momen spesial yang disengaja untuk meluangkan waktu berkumpul bersama keluarga. Biasanya hal ini khusus dilakukan mengingat di luar bulan Ramadhan seseorang lebih banyak menghabiskan waktu karena kesibukan dan aktivitasnya masing-masing dibandingkan berkumpul dengan keluarga dan sanak saudara (www.wapedia.mobi.id) Minggu, 29 Agustus 2010 pukul 10.43WIB.

Dan yang *ketiga* atau terakhir adalah karena menurut Rausullah, menjelang berbuka puasa merupakan waktu yang paling *afdhal* untuk berdo'a, seperti yang tertuang dalam hadis berikut ini :

“Ada tiga orang yang do'anya tidak akan ditolak oleh Allah SWT, yaitu do'a orang yang sedang berpuasa ketika ia berbuka, Imam yang adil dan orang yang didzolimi” (Hadis Abu Hurairah Radhiyallahu'anhu)

“Sesungguhnya, orang yang berpuasa, ketika ia berdo'a di saat atau menjelang berbuka, maka ia memiliki do'a yang tidak akan ditolak oleh Allah SWT” (Hadis Abdullah bin Amr bin Al 'Ash)

Penentuan waktu berbuka yang digunakan mengacu pada waktu berbuka nasional di Indonesia, yaitu wilayah Jakarta dan sekitarnya. Karena pada waktu tersebut adalah waktu yang rutin menayangkan adzan maghrib di televisi nasional, sehingga seluruh masyarakat Indonesia dapat mengetahui waktu berbuka secara nasional. Berdasarkan pengamatan peneliti, diketahui bahwa waktu berbuka untuk wilayah Jakarta dan

sekitarnya kurang lebih pada pukul enam sore, sehingga pukul lima hingga enam sore dapat dikatakan sebagai waktu menjelang berbuka puasa.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa bulan Ramadhan menjadi ajang bagi televisi dalam menyajikan program-program bertema religius bagi pemirsanya. Hal itu menimbulkan beberapa fenomena menarik, yaitu perubahan konfigurasi acara, perubahan jenis produk yang diiklankan, perubahan *performance* dan perubahan konfigurasi jam tayang berikut dengan konsekuensi *valuenya* (Thesis Asturi, 2005 : 3).

Seperti yang kita ketahui, tayangan program acara di luar bulan Ramadhan yang ditampilkan di televisi umumnya biasa-biasa saja. Tetapi, saat memasuki bulan Ramadhan, banyak bermunculan program acara bernuansa religi yang tidak ditayangkan menjadi ditayangkan di bulan Ramadhan, terutama menjelang waktu sahur dan berbuka puasa. Hal ini dibuktikan oleh stasiun televisi RCTI yang menempati rating teratas yang diketahui berdasarkan hasil rating AC Nielson pada 11 stasiun televisi nasional di Indonesia (www.wapedia.mobi.id) Minggu, 29 Agustus 2010 pukul 10.43 WIB. Tayangan tersebut misalnya, program acara “Qultum Quraish Shihab” dan “Ketika Cinta Bertasbih Spesial Ramadhan” di RCTI yang khusus ditayangkan menjelang waktu berbuka (www.rcti.tv) Sabtu, 21 Agustus 2010 pukul 12.19 WIB.

Namun, terlepas dari itu semua, masih terdapat tayangan *infoteinment* yang menayangkan berita perceraian yang merupakan aib

seseorang yang tidak sepatasnya menjadi bahan pemberitaan. Atau tayangan adegan kekerasan pada berita kriminal maupun sinetron (www.kpi.go.id) Sabtu, 21 Agustus 2010 pukul 11.35 WIB.

Hal tersebut, tentu dapat mempengaruhi ibadah puasa di bulan Ramadhan, baik disadari maupun tidak. Mengingat puasa adalah ibadah wajib yang harus dikerjakan seluruh umat Islam, yang merupakan keyakinan yang paling banyak dianut masyarakat dunia, seperti yang difirmankan dalam Al-Qur'an sebagai berikut :

“Hai orang-orang yang beriman, diwajibkan atas kamu berpuasa, sebagaimana telah diwajibkan atas orang-orang (yang hidup) sebelum kamu, supaya kamu bertakwa”.
(QS. Al-Baqarah : 183)

Sehingga, apabila masyarakat masih menyaksikan program acara tersebut, maka secara otomatis akan mengurangi pahala puasa. Sebagaimana telah diketahui bahwa tujuan puasa tidak hanya menahan lapar dan dahaga saja, tetapi juga menahan diri dari hawa nafsu (Ali, 2006 : 276).

Maka, sebagai bentuk apresiasi, hendaknya pengelola media televisi turut menghormati bulan Ramadhan dengan mempersembahkan program acara yang sesuai dengan keempat fungsi tersebut dalam kemasan nuansa religi. Yang terpenting adalah jangan menjadikan bulan Ramadhan untuk meraup keuntungan dengan program acara yang hanya “berlabel nuansa Ramadhan”. Tetapi, isinya hanya gurauan, perselingkuhan, pergunjungan punya anak tanpa ayah, tanpa mengedepankan pencerahan dan penanaman

nilai-nilai agama. Dan jangan hanya menampilkan tayangan-tayangan Ramadhan yang berisi ceramah dan seputar shalat terawih saja, tetapi juga harus ada kreativitas dari Lembaga Penyiaran untuk membuat suatu program tayangan khusus untuk Ramadhan (www.kpi.go.id) Sabtu, 21 Agustus 2010 pukul 11.35 WIB.

Sebagai lembaga penyiaran, televisi juga harus menghindari tayangan dan adegan yang dapat membangkitkan nafsu birahi, seperti cara berpakaian artis yang masih memamerkan payudara dan paha, pembicaraan yang mengarah mesum, serta acara-acara yang menjurus *ghibah* atau gunjingan. Berdasarkan hal tersebut, pihak KPI dan MUI menghimbau kepada media televisi untuk lebih mematuhi Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3-SPS) di bulan Ramadhan (www.kpi.go.id) Sabtu, 21 Agustus 2010 pukul 11.35 WIB.

Namun kenyatannya, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) masih kurang tegas dalam memberikan sanksi terhadap media penyiaran televisi yang melanggar Standar Program Siaran (SPS), serta lemahnya peran lembaga media dalam menjalankan tugas sebagai penjaga gawang (*gatekeeper*) yang senantiasa mengingatkan bagaimana hendaknya program acara yang menjadi wacana dalam media televisi (Jawa Pos, Edisi Rabu, 11 Agustus 2010).

Bahkan aktor senior Deddy Mizwar menyatakan perlu adanya ketegasan peraturan dari KPI dan MUI terkait dengan hal tersebut. Karena

tanpa adanya ketegasan terhadap pelanggaran dan kesalahan, maka tidak akan ada sanksi. Dan akhirnya, kesalahan dan pelanggaran tersebut menjadi suatu kebenaran karena sudah menjadi sebuah kebiasaan. Bahkan jika perlu diterapkan *punishment* dan pemberian *reward* kepada program acara yang baik. Menurut Adjie Soeratmadjie, perwakilan Lembaga Penyiaran dari Metro TV mengungkapkan bahwa pemberian *punishment* dan *reward* memang perlu, asal jangan sampai melupakan kebutuhan dari lembaga penyiaran itu sendiri, yaitu asih, asah dan asuh, atau dengan kata lain adalah pendampingan (www.kpi.go.id) Sabtu, 21 Agustus 2010 pukul 11.35 WIB.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai Ramadhan dalam bingkai religius di televisi, khususnya pada program acara menjelang waktu berbuka puasa.

Adapun program acara yang diteliti adalah program acara menjelang berbuka puasa yang ditayangkan di RCTI yang merupakan stasiun televisi nasional dengan rating tertinggi selama Ramadhan (www.wapedia.mobi.id) Minggu, 29 Agustus 2010 pukul 10.43 WIB.

Berkaitan dengan pemilihan waktu berbuka, pemilihan televisi nasional pada penelitian ini juga didasarkan pada alasan dan pertimbangan tertentu. Televisi nasional dipilih karena dapat dijangkau secara nasional atau menyeluruh oleh masyarakat Indonesia, sehingga program acara yang ditampilkan dapat disaksikan oleh masyarakat yang tersebar di seluruh

wilayah Indonesia. Tidak seperti televisi berskala lokal yang jangkauannya terbatas dan hanya bisa dinikmati di wilayah-wilayah tertentu. Selain itu, RCTI sebagai televisi nasional memiliki cabang lokal yang berfungsi sebagai transmisi atau penghubung atau penyalur tayangan dari nasional ke lokal, khususnya di Surabaya sebagai wilayah penelitian peneliti, sehingga penelitian memungkinkan untuk dilakukan.

Sedangkan yang mendasari pemilihan media televisi pada penelitian ini karena televisi merupakan media yang paling banyak memberikan suguhan program acara secara langsung melalui tampilan audio visualnya, yang seringkali menemani keluarga menyambut waktu berbuka puasa tiba. Selain itu, televisi juga dapat memberikan dampak besar kepada masyarakat, karena dapat mempengaruhi sikap, perilaku dan cara berfikir seseorang (www.kpi.go.id) Sabtu, 21 Agustus 2010 pukul 11.35 WIB.

Televisi sebagai media yang dapat dinikmati oleh masyarakat di seluruh Indonesia memiliki penghubung atau transmitter untuk menyalurkan tayangannya agar dapat dinikmati oleh masyarakat. Seperti yang diungkapkan Shannon dan Weaver dalam teori informasi (*Theory of Communication*) yang menyebutkan komunikasi sebagai transmisi pesan turut menentukan saluran komunikasi yang digunakan secara efisien, sehingga seluruh masyarakat dapat mengetahui dan mendapatkan informasi yang sama dimanapun dan kapan saja, bahkan dalam waktu yang

bersamaan (<http://makalahdanskripsi.blogspot.com>) Rabu, 5 Januari 2010 pukul 19.45 WIB.

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kegunaan dan kepuasan (*uses and Gratifications Theory*) oleh Katz, Blumler dan Gurevitch (1974) dengan asumsinya bahwa manusia sebagai seseorang yang aktif yang berusaha untuk memuaskan kebutuhannya dengan memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu (West dan Turner, 2008 : 101 & 104).

Selain itu, teori yang juga terkait dengan penelitian ini adalah teori kultivasi (*The Cultivation Theory*) oleh George Gerbner (1980) tentang televisi yang menyatakan bahwa televisi telah menjadi pusat kebudayaan masyarakat, karena televisi sudah masuk dalam anggota keluarga yang paling banyak bicara dan paling banyak memberikan informasi melalui sejumlah program acara yang disuguhkan kepada keluarga. Jadi, hal ini dapat disikapi dengan adanya bimbingan dari orang yang lebih tua atau lebih mengerti terhadap tayangan program acara yang disaksikan oleh keluarganya (West dan Turner, 2008 : 84).

Berdasarkan pernyataan di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah “Ramadhan Dalam Bingkai Religius di Televisi (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Ramadhan Dalam Bingkai Religius di Televisi Ditinjau Dari Fungsi Media”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Ramadhan Dalam Bingkai Religius Menjelang Berbuka Puasa di RCTI?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana Ramadhan dalam bingkai religius di televisi ditinjau dari fungsi media.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat, mengenai Ramadhan dalam bingkai religius di televisi, khususnya pada program acara menjelang berbuka puasa.

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan kepustakaan bagi Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, serta dapat memberikan masukan bagi perkembangan studi komunikasi dan sebagai wacana untuk penelitian selanjutnya terkait dengan peran media televisi dalam memberikan tayangan yang mendidik,

menghibur, menambah pengetahuan dan mempengaruhi masyarakat ke arah yang lebih baik.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi masyarakat mengenai pentingnya peran media televisi dalam menjalankan fungsinya secara tepat. Serta menjadi bahan evaluasi bagi masyarakat luas dan pengelola televisi yang berkaitan dengan peran media televisi dalam memberikan tayangan yang bernilai positif pada program acara menjelang berbuka puasa.